

LAPORAN PENELITIAN HIBAH INTERNAL STIKOM

PERANCANGAN INFOGRAFIS ASI EKSKLUSIF SEBAGAI
UPAYA PENINGKATAN KESADARAN MASYARAKAT
PADA GIZI BAYI



Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom. (NIDN : 0704017701)

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., A.C.A. (NIDN : 0720028701)

Sigit Prayitno Yosep, S.T., A.C.A. (NIK : 120761)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2016

LAPORAN PENELITIAN HIBAH INTERNAL STIKOM

**PERANCANGAN INFOGRAFIS ASI EKSKLUSIF SEBAGAI
UPAYA PENINGKATAN KESADARAN MASYARAKAT
PADA GIZI BAYI**



Muh. Bahrudin, S.Sos., M.Med.Kom. (NIDN :0704017701)

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., A.C.A. (NIDN : 0720028701)

Sigit Prayitno Yosep, S.T., A.C.A.(NIK : 120761)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2016

**SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN
PROGRAM HIBAH PENELITIAN INTERNAL
TAHUN ANGGARAN 2016
Nomor : 030/ST-PPM/KPJ/VII/2016**

Pada hari ini Jum'at tanggal Lima Belas bulan Juli tahun Dua ribu enam belas, kami yang bertanda tangan dibawah ini:

1. **Tutut Wuriyanto, M.Kom** : Kepala Bagian Penelitian & Pengabdian Masyarakat (PPM) Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, yang dalam hal ini bertindak sebagai penanggung jawab pelaksanaan Program Hibah Penelitian Internal Tahun Anggaran 2016 yang didanai Lembaga Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Untuk selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**.
2. **Muh. Bahrudin, S.Sos., M.Med.Kom.** : Peneliti tahun anggaran 2016. Untuk Selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.
PIHAK KEDUA mempunyai anggota peneliti sebagai berikut :
 - Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., A.C.A
 - Sigit Prayitno Yosep, S.T.

PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA secara bersama-sama telah bersepakat dan bekerjasama untuk menyelesaikan semua kegiatan Program Hibah Penelitian Internal Tahun Anggaran 2016 Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

PIHAK PERTAMA memberi kepercayaan dan pekerjaan kepada PIHAK KEDUA, dan PIHAK KEDUA menerima pekerjaan tersebut sebagai ketua pelaksana program Hibah Penelitian Internal dengan judul: **"Perancangan Infografis Asi Eksklusif Sebagai Upaya Peningkatan Kesadaran Masyarakat Pada Gizi Bayi"**

PIHAK PERTAMA memberikan dana untuk kegiatan Hibah Penelitian Internal kepada PIHAK KEDUA sebesar Rp5,500,000,-. Hal-hal dan/atau segala sesuatu yang berkenaan dengan kewajiban pajak berupa PPN dan/atau PPh menjadi tanggung jawab PIHAK KEDUA dan harus dibayarkan ke kas Negara sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

PIHAK PERTAMA melakukan pembayaran secara bertahap kepada PIHAK KEDUA, yaitu termin pertama sebesar 50% Rp. 2,750,000,- diberikan setelah penandatanganan surat perjanjian ini, termin kedua sebesar 20% Rp. 1,100,000,- diberikan setelah laporan kemajuan pelaksanaan dan laporan penggunaan keuangan 70% diterima oleh bagian Penelitian & Pengabdian Masyarakat (PPM), termin ketiga sebesar 30% Rp. 1,650,000,- diberikan setelah laporan akhir, seminar, *log book*, laporan keuangan dan bukti publikasi di jurnal nasional diterima oleh bagian Penelitian & Pengabdian Masyarakat (PPM).

PIHAK KEDUA harus menyelesaikan tugas program Penelitian Hibah Bersaing selambat-lambatnya pada tanggal **2 Desember 2016**. Kelalaian atas kewajiban pengumpulan pada tanggal tersebut menyebabkan gugurnya hak untuk mengajukan usulan Penelitian pada tahun berikutnya.

HALAMAN PENGESAHAN

PENELITIAN HIBAH BERSAING INTERNAL

Judul Kegiatan : **PERANCANGAN INFOGRAFIS ASI EKSKLUSIF SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KESADARAN MASYARAKAT PADA GIZI BAYI**

KETUA PENELITIAN

a. Nama Lengkap : Muh. Bahrudin, S.Sos., M.Med.Kom.
b. Jenis kelamin : Laki-laki
c. NIDN : 0704017701
d. Disiplin Ilmu : Media dan Komunikasi
e. Pangkat/Golongan : Asisten Ahli/III-b
f. Jabatan Fungsional/Struktural : Dosen Tetap STIKOM/ Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual
g. Fakultas/jurusan : Desain Komunikasi Visual

ANGGOTA 1

a. Nama Lengkap : Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., A.C.A.
b. Jenis kelamin : Laki - laki
c. NIK : 159052
d. Disiplin Ilmu : Desain Komunikasi Visual dan Branding
e. Pangkat/Golongan : Tenaga Pengajar
f. Jabatan Fungsional/Struktural : Dosen Tetap STIKOM/-
g. Fakultas/jurusan : Desain Komunikasi Visual

ANGGOTA 2

a. Nama Lengkap : Sigit Prayitno Yosep, S.T., A.C.A.
b. Jenis kelamin : Laki - laki
c. NIK : 120761
d. Disiplin Ilmu : Desain Komunikasi Visual dan Branding
e. Pangkat/Golongan : Tenaga Pengajar
f. Jabatan Fungsional/Struktural : Dosen Tetap STIKOM/-
g. Fakultas/jurusan : Desain Komunikasi Visual

Mengetahui,

Dekan
FAKULTAS TEKNOLOGI
DAN INFORMATIKA

Dr. Jusak
NIDN: 0708017101

Ketua Penelitian

Muh. Bahrudin, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN: 0704017701

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian

Tutut Wuriyanto, M.Kom
NIDN: 0703056702

PIHAK PERTAMA dapat melakukan kegiatan: (1) Melakukan pemantauan, (2) Melakukan evaluasi internal, (3) Melakukan audit penggunaan anggaran. Pihak KEDUA wajib memperlancar kegiatan yang dilakukan PIHAK PERTAMA.

PIHAK KEDUA wajib Menyelesaikan:

- Laporan Kemajuan (*Progress Report*) sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat **7 September 2016**
- Seminar Laporan Akhir mulai **Oktober 2016** (Jadwal Seminar menyesuaikan).
- Laporan Akhir setelah diseminarkan dikumpulkan sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat **2 Desember 2016**
- Laporan Penggunaan Keuangan 100%, sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat **2 Desember 2016**
- Catatan Harian (*Log Book*) sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat **2 Desember 2016**
- *Softcopy* Laporan Akhir & Laporan Penggunaan Keuangan dalam bentuk *pdf* dikirim ke lppm@stikom.edu, paling lambat **2 Desember 2016**
- **Publikasi** hasil penelitian di **jurnal Nasional & Bukti** pemuatan publikasi Ilmiah, paling lambat **2 Desember 2016**

Demikian surat perjanjian dibuat, dipahami bersama dan dilaksanakan.

Pihak Pertama,

Surabaya, 15 Juli 2016

Pihak Kedua,



Penelitian & Pengabdian
Masyarakat
stikom
SURABAYA

Tutut Wurijanto, M.Kom



Muh. Bahrudin, S.Sos., M.Med.Kom.

RINGKASAN

Media berbasis infografis masih jarang ditemui di dinas-dinas kesehatan, Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas), posyandu, BKIA, bidan, rumah sakit bersalin, dan lain sebagainya. Di tempat-tempat tersebut hanya menampilkan gambar ibu-ibu menyusui. Dari tahun ke tahun, gambar tersebut tidak banyak perubahan, kecuali hanya menginformasikan bahwa ASI Eksklusif adalah asupan utama bayi yang sangat penting.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang infografis yang akan diimplementasikan melalui media poster yang bertujuan memberikan informasi tentang pentingnya ASI Eksklusif. Peneliti berharap bahwa perancangan infografis ini mampu memberikan dampak signifikan bagi masyarakat, khususnya orangtua untuk meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya gizi bayi. Infografis dimaksudkan untuk mengomunikasikan informasi dengan cara yang jelas melalui grafis (gambar), mudah dipahami masyarakat awam, dan menjadi media komunikasi yang efektif.

Dengan menggunakan metode wawancara mendalam kepada tenaga kesehatan atau media, ibu rumah tangga, akademisi, maka hasil yang telah dicapai dalam penelitian ini adalah desain infografis yang dituangkan dalam sebuah poster menjadi media yang penting bagi masyarakat untuk memperoleh informasi tentang pentingnya ASI. Minimnya publikasi tentang ASI menjadikan poster desain infografis menjadi sangat dibutuhkan masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan itu, peneliti menggunakan gaya desain *flat design* dalam merancang desain infografis. Gaya ini mudah diaplikasikan dan relevan ditujukan sesuai target dan segmentasinya.

Kata kunci: ASI Eksklusif, Infografis, *Flat design*

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat limpahan rahmat-Nya, kami mampu menyelesaikan penelitian ini sesuai dengan yang kami harapkan. Sekalipun kami juga menyadari bahwa di tengah perjalanan penelitian tak sedikit hambatan yang menyulitkan kami, seperti dalam penggalan data dan lain sebagainya. Namun kerjasama tim membuat penelitian ini selesai sesuai waktunya.

Air Susu Ibu (ASI) Eksklusif menjadi tema utama dalam penelitian ini. Tema ini penting karena menyangkut kesehatan dan masa depan sebuah generasi. Tentu saja, tema ASI Eksklusif kami lihat dari sudut pandang media dan desain komunikasi visual, khususnya dalam iklan layanan masyarakat. Kami menganggap komunikasi visual dalam mensosialisasikan ASI Eksklusif masih jauh dari optimal. Masyarakat hanya mengetahui poster ASI Eksklusif di puskesmas-puskesmas, bidan, dan posyandu dengan gambar atau desain yang sama selama bertahun-tahun. Tidak tampak konsep yang mampu menjawab apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kecuali hanya sebuah gambar poster seorang ibu yang menyusui bayinya. Padahal, kami berharap setiap masyarakat melihat sebuah poster, mereka mendapat jawaban apa yang dibutuhkan selama ini. Karena sebuah desain adalah solusi bagi masyarakat. Terlebih, selama ini masyarakat lebih sering menerima terpaan iklan susu formula di toko-toko, pasar, pusat perbelanjaan, di televisi, maupun media online.

Pemerintah, dalam hal ini dinas kesehatan, memiliki peran penting dalam mengakomodir kebutuhan penting masyarakat ini. Karena itu, peneliti berharap hasil penelitian ini menjadi referensi penting bagi pemerintah untuk mensosialisasikan ASI Eksklusif di masyarakat. Desain infografis tentang ASI Eksklusif yang dikonsepsi, dirancang, dan dikemas dalam sebuah poster diharapkan mampu menjawab kebutuhan masyarakat. Kami berharap, hasil penelitian berupa desain infografis ini akan lebih mudah dicerna, enak dipandang, dan komunikatif.

Karena itu hasil penelitian ini tidak lepas dari pihak-pihak terkait yang berkontribusi dalam penelitian ini, Tim peneliti perlu berterimakasih kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, khususnya Prof. Dr. Budi Jatmiko yang telah mendorong secara terus menerus agar para dosen menghasilkan karya ilmiah untuk kepentingan publik. Selanjutnya, Pusat Penelitian Akademik (PPA) yang selalu bekerja terus menerus untuk menjadi wadah penelitian para dosen. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada program studi Desain Komunikasi Visual yang selalu menjadi laboratorium para dosen dalam penelitian-penelitian yang berbasis media dan komunikasi visual. Penelitian ini tak akan berhasil tanpa sumbangsih yang cukup besar dari para informan. Karena itu kami mengucapkan terimakasih yang dalam atas kesediaannya para informan yang meluangkan waktunya untuk memberikan informasi terkait ASI Eksklusif. Tentu saja penelitian juga tidak lepas dari dukungan semua pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu.

Akhirnya, kami menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Segala saran dan kritik akan selalu kami buka untuk perbaikan-perbaikan penelitian ke depan.

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	
.....2	
DAFTAR ISI	7
RINGKASAN.....	3
BAB 1. PENDAHULUAN	8
1.1 Latar belakang masalah.....	8
1.2 Rumusan Masalah	11
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	12
BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	22
BAB 4. METODE PENELITIAN.....	23
BAB 5. HASIL YANG DICAPAI	25
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN.....	36
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini ada sejumlah persoalan terkait makanan dan kesehatan bayi berusia di bawah lima tahun (balita) cukup memprihatinkan. Kasus susu formula yang diduga mengandung bakteri *enterobacter sakazakii* dan sejumlah kasus balita yang mengalami alergi terhadap protein susu sapi (susu formula) memperlihatkan betapa minimnya komunikasi kesehatan tentang Air Susu Ibu (ASI) eksklusif yang dilakukan pemerintah, khususnya dalam penggunaan media sebagai sarana komunikasi. Sementara di sisi lain iklan susu formula semakin masif membanjiri media. Penelitian ini hendak diarahkan untuk merancang infografis ASI eksklusif sebagai upaya meningkatkan kesadaran masyarakat pada gizi bayi.

Departemen Kesehatan Republik Indonesia mendefenisikan Air Susu Ibu (ASI) eksklusif sebagai kegiatan yang hanya menyusui bayi dan tidak memberi makanan atau minuman lain, termasuk air putih, kecuali obat-obatan dan vitamin atau mineral tetes; ASI perah juga diperbolehkan, yang dilakukan sampai bayi berumur 6 bulan (depkes.go.id diakses 20 Maret 2016)

Dirjen Gizi dan KIA dr. Budiharja dalam situs resmi Departemen Kesehatan Republik Indonesia menyatakan bahwa menyusui sejak dini mempunyai dampak yang positif baik bagi ibu maupun bayinya. Manfaat memberikan ASI bagi ibu tidak hanya menjalin kasih sayang, tetapi dapat

mengurangi perdarahan setelah melahirkan, mempercepat pemulihan kesehatan ibu, menunda kehamilan, mengurangi risiko terkena kanker payudara, dan merupakan kebahagiaan tersendiri bagi ibu. Menurutnya, pemberian ASI dapat membentuk perkembangan emosional karena dalam dekapan ibu selama disusui, bayi bersentuhan langsung dengan ibu sehingga mendapatkan kehangatan, kasih sayang, dan rasa aman. Di sisi lain, delapan puluh persen perkembangan otak anak dimulai sejak dalam kandungan sampai usia 3 tahun yang dikenal dengan periode emas. Oleh karena itu diperlukan pemberian ASI Eksklusif selama 6 bulan dan dapat diteruskan sampai anak berusia 2 tahun. Hal tersebut dikarenakan ASI mengandung protein, karbohidrat, lemak, dan mineral yang dibutuhkan bayi dalam jumlah yang seimbang (depkes.go.id diakses 20 Maret 2016).

Data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2013 menunjukkan bahwa pemberian ASI di Indonesia masih memprihatinkan, persentase bayi yang menyusui eksklusif sampai dengan 6 bulan 54,3 persen secara nasional dari total jumlah bayi 1.348.532. sedangkan yang tidak ASI eksklusif sebesar 1.134.952. Artinya masih banyak bayi dianggap memiliki gizi yang kurang memadai. Hal ini disebabkan kesadaran masyarakat dalam mendorong peningkatan pemberian ASI masih relatif rendah. Padahal kandungan ASI kaya akan karotenoid dan selenium, sehingga ASI berperan dalam sistem pertahanan tubuh bayi untuk mencegah berbagai penyakit. Setiap tetes ASI juga mengandung mineral dan enzim untuk pencegahan penyakit dan antibodi yang lebih efektif dibandingkan dengan kandungan yang terdapat dalam susu formula (depkes.go.id diakses 20 Maret 2016).

Permasalahannya, media komunikasi untuk menyampaikan informasi tentang betapa pentingnya ASI sangat minim sehingga masyarakat kurang memiliki hak memperoleh informasi tentang pentingnya ASI. Meski pernah ditayangkan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) di televisi tentang ASI, namun iklan tersebut bukan murni kampanye dari pemerintah, melainkan kepedulian Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia (AIMI). Hal ini tidak sebanding dengan banyaknya iklan susu formula dari berbagai jenis perusahaan. Kenyataan ini dapat membentuk pemikiran masyarakat bahwa susu formula adalah makanan bayi yang sangat penting.

Berangkat dari persoalan tersebut, pemerintah perlu merumuskan komunikasi guna memenuhi hak masyarakat, khususnya media komunikasi yang tepat untuk menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat. Media menjadi sarana komunikasi efektif dalam penyampaian pesan. Media memiliki kekuatan untuk memengaruhi khalayak. Media juga memiliki jangkauan yang luas dalam menyebarkan berbagai pesan. Kelebihan inilah yang tidak dimiliki oleh saluran komunikasi lain.

Menurut Ibnu Hamad (2004) karena sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utama media adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang akan disiarkan. Infografis adalah salah satu media yang mampu menyampaikan komunikasi secara sederhana, enak dipandang, serta memudahkan orang untuk mengingat. Karakter yang sederhana dalam infografis tidak membutuhkan seseroang untuk berpikir lama sehingga tidak mudah dilupakan.

Media berbasis infografis masih jarang ditemui di dinas-dinas kesehatan, puskesmas, posyandu, BKIA, bidan, rumah sakit bersalin, dan lain sebagainya. Di tempat-tempat tersebut hanya menampilkan gambar ibu-ibu menyusui. Dari tahun ke tahun, gambar tersebut tidak banyak perubahan, kecuali hanya menginformasikan bahwa ASI Eksklusif adalah asupan utama bayi yang sangat penting.

Dalam penelitian ini, infografis akan diimplementasikan sebagai media yang akan memberikan informasi tentang akibat-akibat bayi yang tidak menggunakan ASI Eksklusif sehingga diharapkan mampu memberikan dampak signifikan bagi masyarakat, khususnya orangtua untuk meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya gizi bayi. Dalam hal ini infografis dimaksudkan untuk mengomunikasikan informasi dengan cara yang sejelas mungkin dan tanpa biasa sama sekali.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah *Bagaimana merancang infografis ASI Eksklusif sebagai upaya peningkatan kesadaran terhadap gizi bayi?*

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Kesehatan

Menurut Liliweri (2009) komunikasi kesehatan adalah sebuah studi yang mempelajari bagaimana cara menggunakan strategi komunikasi yang dapat mempengaruhi individu dan komunitas agar mereka dapat membuat keputusan yang tepat berkaitan dengan pengelolaan kesehatan. Liliweri juga menyebut komunikasi kesehatan sebagai proses kemitraan antara para partisipan berdasarkan dialog dua arah yang didalamnya ada suasana interaktif, ada pertukaran gagasan, ada kesepakatan mengenai kesatuan gagasan mengenai kesehatan, juga merupakan teknik dari pengirim dan penerima untuk memperoleh informasi mengenai kesehatan yang seimbang demi memperbarui pemahaman bersama.

Pemberian informasi kesehatan diharapkan pengetahuan masyarakat mengenai kesehatan menjadi bertambah, yang pada gilirannya diharapkan terjadi perubahan dari yang tadinya berperilaku tidak sehat menjadi berperilaku sehat. Perlu ditanamkan kesadaran pada masyarakat bahwa kesehatan bukan hanya ketidakhadiran penyakit, tetapi adalah kondisi fisik, mental, paripurna yang baik (Mulyana, 2002).

Oleh karena itu, menurut Siregar, pembangunan kesehatan memerlukan suatu kemasyarakatan antara lain dapat melalui komunikasi, informasi, dan edukasi (Siregar, 2000).

Dalam hal media massa merupakan wahana informasi dan komunikasi timbal balik antara sesama warga masyarakat dan antara masyarakat dengan pemerintah. Selain itu media massa juga dapat mengembangkan komunikasi sosial serta dapat menyalurkan aspirasi dan menggairahkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan (Hariwibowo, 2004).

2.2 ASI Eksklusif

Sebelum tahun 2001, World Health Organization (WHO) merekomendasikan untuk memberikan ASI eksklusif selama 4-6 bulan. Namun pada tahun 2001, setelah melakukan telaah artikel penelitian secara sistematis dan berkonsultasi dengan para pakar, WHO merevisi rekomendasi ASI eksklusif tersebut dari 4-6 bulan menjadi 6 bulan (World Health Organization, 2002). Hasil telaah artikel tersebut menyimpulkan bahwa bayi yang disusui secara eksklusif sampai 6 bulan umumnya lebih sedikit menderita penyakit gastrointestinal, dan lebih sedikit mengalami gangguan pertumbuhan (Kramer, 2002).

Definisi ASI eksklusif bermacam-macam tetapi definisi yang sering digunakan adalah definisi WHO yang menyebutkan ASI eksklusif adalah pemberian hanya ASI saja tanpa cairan atau makanan padat apapun kecuali vitamin, mineral atau obat dalam bentuk tetes atau sirup sampai usia 6 bulan. Beberapa studi menggunakan definisi ASI eksklusif yang berbeda seperti sebagai pemberian hanya ASI saja dalam 24 jam terakhir. (Badan Pusat Statistik, BKKBN, Departemen Kesehatan, 2003-2007) Penelitian Awal Sehat Untuk Hidup Sehat (ASUH) di 8 kabupaten di Jawa Barat dan Jawa Timur menggunakan definisi tersebut.⁸ Penelitian Healthy Starts di wilayah Jakarta Utara oleh Mercy Corps mengukur prevalensi ASI eksklusif dengan beberapa definisi tersebut (Syafiq A, Fikawati S: 2007)

2.3 Inisiasi Menyusu Dini (IMD)

Edmond, dkk.menyebutkan bahwa menunda inisiasi menyusu akan meningkatkan kematian bayi (Edmond 2006; 117). Penelitiannya melaporkan bahwa dari 10.947 bayi yang lahir antara Juli 2003–Juni 2004 dan disusui, menyusu dalam 1 jam pertama akan menurunkan angka kematian perinatal sebesar 22% dan kemungkinan kematian meningkat secara bermakna setiap hari permulaan menyusu ditangguhkan. Bidan merupakan tenaga kesehatan yang paling berperan dalam melaksanakan IMD karena ibu tidak dapat melakukan IMD tanpa bantuan dan fasilitasi dari bidan. Penelitian kualitatif ASI eksklusif 6 bulan terhadap kelompok ibu yang ASI eksklusif dan ASI tidak eksklusif menunjukkan bahwa sebagian besar informan ASI eksklusif difasilitasi IMD oleh bidan sedangkan sebagian besar informan ASI tidak eksklusif tidak difasilitasi IMD. (Fikawati S, Syafiq A., 2009).

Dalam penelitian tersebut dari 7 informan yang tidak IMD, hanya 3 informan yang alasannya karena hal yang sulit dihindari, yaitu ibu sakit sehabis operasi caesar, bayi harus langsung masuk inkubator, dan ibu mengalami perdarahan. Sedangkan 4 informan lainnya tidak IMD karena alasan yang sebenarnya bisa dihindari yaitu bayi akan dibersihkan dan dibedong terlebih dahulu. Penelitian Anita, di salah satu rumah sakit pusat rujukan di Jakarta Pusat menunjukkan hubungan yang signifikan antara bidan yang mempunyai sikap positif terhadap IMD dengan penerapan praktik IMD (Rusnita, 2008). Artinya bidan yang bersikap positif akan lebih besar kemungkinannya untuk melakukan IMD. Sikap positif bidan terhadap IMD antara lain adalah bidan merasa senang

bila ibu mengerti akan pentingnya IMD, bidan mau menyebarluaskan informasi tentang pentingnya IMD, bidan mau membantu melaksanakan IMD, dan bidan tidak mau memberikan susu botol kepada bayi.

2.3 Infografis

Infografis adalah kependekan dari “grafis informasi” yang dalam artian menggunakan isyarat-isyarat visual untuk mengomunikasikan sebuah informasi. Dalam infografis tiga ketentuan dasar berikut yang merupakan metode komunikasi verbal atau visual yang efektif: daya pikat, komprehensi, dan retensi.

Dalam daya pikat, komunikasi harus terjalin dengan audiens secara sukarela. Dalam komprehensi, komunikasi harus komunikasi harus dengan efektif menyediakan pengetahuan yang memungkinkan pemahaman yang jelas atau informasi. Sedangkan dalam retensi, komunikasi harus tidak mudah dilupakan

Infografis merupakan suatu bentuk penyajian data dengan konsep visual yang terdiri dari teks dengan tambahan gambar-gambar ilustrasi yang menarik. Proses pembuatan infografis biasa disebut dengan beberapa istilah yang berbeda seperti data visualization, information design dan information architecture. Secara umum hasil akhir dari sebuah infografis mempunyai prosentase gambar visual yang lebih banyak dibandingkan informasi teks (<https://www.maxmanroe.com>, diakses 30 Maret 2016).

2.4 Flat Design

Flat Design adalah Desain yang mengusung bentuk simple dengan membuang segala bentuk effect gradasi, bayangan, glossy dan lain-lain. Sehingga yang tampil adalah bentuk flat simple dan perpaduan warna yang enak dilihat. Para Graphic designer di dunia menilai ini adalah suatu kemunduran desain karena tidak memanfaatkan segala fitur didalam software desain dimana sekarang semuanya bisa dilakukan bahkan menyerupai bentuk asli (realism design). (<http://hmva-ui.com/> diakses 9 Juni 2016/)

Flat design dapat dijelaskan sebagai desain dua dimensi, intinya adalah untuk memberikan unsur-unsur yang dapat membuat efek 3D (seperti: bayangan, perspektif, tekstur, gradien, dll) dan semua unsur-unsur yang halus dan bersih, tanpa imbuhan apapun (Yuan, 2014).

Flat Design memiliki karakteristik sebagai berikut:

(1) Penyederhanaan dari Efek Visual

Flat Design mengikuti filosofi desain minimalis, menampilkan informasi dan cara kerja sederhana dan langsung melalui kombinasi grafis, font dan warna. Penyederhanaan adalah visual unik yang mempengaruhi psikologis manusia, dan itu sesuai dengan kebutuhan internal masyarakat pada umumnya. Penyederhanaan tidak merujuk kepengertian umum dari apa yang disebut "sederhana", akan tetapi untuk menjadi ringkas, akurat, efisien dan bersih (Kauf, 2010)

(2) Fokus pada Konten

Sebagai jenis metode desain, Flat Design membuang modifikasi estetika, dan hanya menunjukkan pada hal yang penting saja. Hal ini berfokus pada konten itu sendiri dan realisasi fungsinya. Seperti Franz Brushoffs mengatakan, tren Flat Design merangkul pengguna berat teknologi generasi baru. Karena berfokus regresi teknologi pada "memecahkan masalah ", ini lebih penting (Suiming, 2015).

(3) Penerapan

Flat Desain dapat dipastikan terlihat bagus di semua jenis ukuran layar.

2.5 Poster

Sudjana dan Rivai (2007:51) mendefinisikan poster sebagai kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna, dan pesan dengan maksud untuk menangkap perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti di dalam ingatannya. Sudjana dan Rivai (2007:55), kemudian menambahi bahwa pada prinsipnya poster itu merupakan gagasan yang dicetuskan dalam bentuk ilustrasi gambar yang disederhanakan yang dibuat dalam ukuran besar, bertujuan untuk menarik perhatian, membujuk, memotivasi atau memperlihatkan pada gagasan pokok, fakta atau peristiwa tertentu. poster bertumpu pada luasnya kata-kata untuk menyampaikan gagasan khusus atau pesan khusus. Berdasarkan pendapat yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa poster adalah gagasan atau pesan yang dicetuskan dalam media gambar yang memiliki sifat persuasif tinggi karena menampilkan suatu persoalan (tema) yang

menimbulkan perasaan kuat terhadap khalayak. Biasanya dipasang di tempat umum dan berupa pengumuman atau iklan.

Karakteristik Poster Menurut Sudjana dan Rivai (2007:51), poster memiliki karakteristik antara lain poster yang baik harus dinamis, menonjolkan kualitas. Poster harus sederhana tidak memerlukan pemikiran bagi pengamat secara terinci, harus cukup kuat untuk menarik perhatian, bila tidak akan hilang kegunaannya. Disain sebuah poster merupakan perpaduan antara kesederhanaan serta dinamika. Berbagai warna yang mencolok dan kontras sering kali dipakai dalam poster. Kebanyakan poster bertumpu pada luasnya kata-kata menyampaikan gagasan khusus atau pesan khusus. Pada umumnya dipergunakan sedikit kata dan hanya kata-kata kunci yang ditonjolkan dengan cara menempatkan kedudukan huruf atau besarnya ukuran huruf. Poster-poster yang efektif pada umumnya enak dipandang walaupun tidak perlu nyata dalam kejadian yang sangat dramatik seperti perang, keselamatan lalu lintas, bahaya kebakaran dan sebagainya. Pendapat lain dikemukakan Sadiman, dkk (2007:47) bahwa poster yang baik memiliki karakteristik antara lain: (1) sederhana, (2) menyajikan, (3) berwarna, (4) slogannya ringkas dan jitu, (5) tulisannya jelas, (6) motif dan disain bervariasi.

Poster dapat dibuat di atas kertas, kain, batang kayu, seng, dan sebagainya. Pemasangannya bisa di kelas, di luar kelas, di pohon, di tepi jalan, dan di majalah. Ukurannya bermacam-macam, bergantung kebutuhan. Dari berbagai karakteristik poster yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa poster berupa suatu lukisan atau gambar yang menyampaikan suatu pesan atau ide tertentu. Dibuat dalam ukuran besar, menggunakan kata-kata efektif, sugestif, dan

mudah diingat, menggunakan variasi bentuk huruf dan variasi warna yang menarik, dan sederhana, tetapi mempunyai daya tarik dan daya guna yang maksimal. Poster memiliki kekuatan dramatik yang begitu tinggi memikat dan menarik perhatian. Banyak iklan menggunakan teknik-teknik poster dalam menarik perhatian demi kepentingan produksinya. Poster dapat menarik perhatian karena uraian yang memadai secara kejiwaan dan merangsang untuk dihayati. Hal yang tidak pantas dalam poster adalah penggunaan ilustrasi yang sangat dramatik (Sudjana dan Rivai 2007:56). Beberapa kegunaan poster menurut Sudjana dan Rivai (2007:56) antara lain: (1) sebagai motivasi; (2) sebagai peringatan; (3) sebagai pengalaman yang kreatif. Di pihak lain poster dapat merangsang anak untuk mempelajari lebih jauh dan atau ingin lebih tahu hakikat dari pesan yang disampaikan melalui poster tersebut. Pesan melalui poster yang tepat, akan membantu menyadarkan siswa, sehingga diharapkan bisa mengubah perilakunya dalam praktik sehari-hari, sehingga menjadi kebiasaan. Sebagai alat bantu mengajar poster memberi kemungkinan belajar kreatif dan partisipasi. Dengan kata lain, poster memberikan pengalaman baru sehingga menumbuhkan kreativitas siswa dalam cara belajarnya. Poster tidak saja penting untuk menyampaikan kesan-kesan tertentu tetapi dia mampu pula untuk mempengaruhi dan memotivasi tingkah laku orang yang melihatnya. Poster berfungsi untuk mempengaruhi orang-orang yang membeli produk baru dari suatu perusahaan, untuk mengikuti program Keluarga Berencana atau untuk menyayangi binatang dapat dituangkan lewat poster (Sadiman, dkk 2007:46). Dari beberapa kegunaan poster yang telah dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa poster

memiliki kegunaan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat baik itu berupa himbauan, larangan atau berupa ajakan serta mempengaruhi dan memotivasi tingkah laku orang yang melihatnya.

Bahasa poster memiliki perbedaan dan keunikan dari bahasa lainnya, seperti bahasa karangan atau bahasa surat. Kebanyakan poster bertumpu pada luasnya kata-kata yang menyampaikan gagasan khusus atau pesan khusus. Ada yang perlu diingat, pakailah kata-kata dalam poster dengan hati-hati. Pada umumnya dipergunakan sedikit kata dan hanya kata-kata kunci yang ditonjolkan dengan cara menempatkan kedudukan huruf atau besarnya ukuran huruf. Tiga buah kata dalam poster lebih efektif daripada sebuah kalimat panjang (Sudjana dan Rivai 2007:54). Pendapat tersebut diperkuat oleh Hasnun (dalam Rokhanawati 2008:22) yang berpendapat bahwa bahasa poster itu singkat, jelas, dan memiliki daya pikat. Singkat maksudnya tidak panjang dan berbelit-belit. Kata-katanya padat dan penuh isi, serta setiap kata memiliki fungsi, artinya tidak ada kata yang penempatannya tidak bermakna. Jelas, maksudnya tidak membingungkan pembaca. Dan memiliki daya pikat, maksudnya dengan membaca poster yang dipasang, pembaca merasa tertarik. Oleh sebab itu, pemilihan dan penempatan kata yang sesuai sangat penting diperhatikan oleh penyusun poster. Apabila pada poster tersebut menggunakan gambar-gambar harus jelas, tidak mencolok dan harus sesuai dengan gagasan yang disampaikan. Senada dengan pendapat tersebut menurut Suryanto, dkk (dalam Rokhanawati 2008:22) kata-kata dan kalimat dipakai untuk menulis poster harus dipilih dengan tepat. Biasanya kalimat-kalimatnya berupa ajakan sehingga kalimat perintah atau himbauan sering dipakai

dalam menulis poster. Kalimat-kalimat pendek lebih banyak dipakai. Dari beberapa pendapat yang telah dikemukakan maka dapat diambil kesimpulan bahwa bahasa poster itu singkat, jelas, memiliki daya pikat, dan kalimat-kalimatnya berupa ajakan sehingga kalimat perintah atau himbauan sering dipakai dalam menulis poster.

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang sebuah media yang berisikan informasi tentang pentingnya ASI yang bermanfaat bagi ibu dan anak. Tujuan tersebut dapat dirinci sebagai berikut:

1. Untuk merancang infografis ASI Eksklusif sebagai upaya peningkatan kesadaran terhadap gizi bayi.
2. Untuk menyampaikan informasi tentang pentingnya ASI Eksklusif dan dampaknya jika tidak menggunakan.

3.2 Manfaat Penelitian

3.2.1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sebuah referensi bagi kalangan dinas dan instansi-instansi kesehatan dalam memanfaatkan infografis sebagai media komunikasi kesehatan.

3.2.2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pedoman bagi orang tua, masyarakat, serta tenaga kesehatan atau medis, untuk menyampaikan informasi seputar pentingnya ASI Eksklusif bagi bayi.

BAB IV

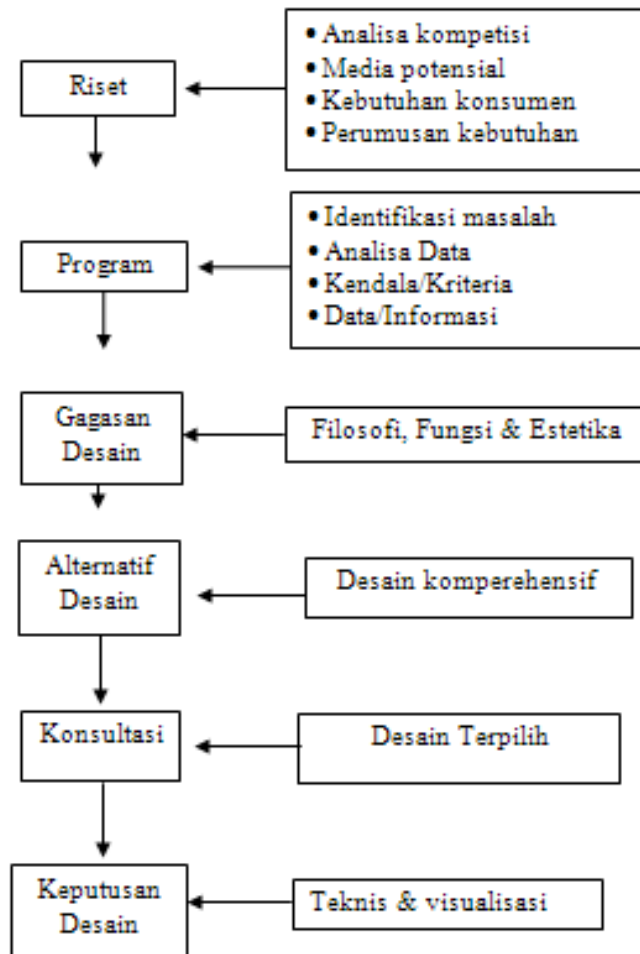
METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini bersifat kualitatif. Hal ini karena peneliti ingin mendapatkan informasi secara mendalam tentang pentingnya ASI. Informan dipilih secara *purposif* yaitu ibu menyusui (atau pernah menyusui) dan pakar kesehatan masyarakat dan medis (seperti dosen Kesehatan Masyarakat, bidan, dan lain sebagainya). Hasil wawancara akan dianalisis dan diarahkan ke sebuah perancangan infografis tentang ASI.

Pengumpulan data diambil dari hasil wawancara dengan informan. Peneliti mewawancarai tiga informan ibu menyusui dengan kategori latar belakang pendidikan, ekonomi, dan sosial yang berbeda. Wawancara difokuskan pada pengetahuan tentang ASI Eksklusif, manfaat ASI Eksklusif. Untuk mendukung penelitian, peneliti juga melengkapi dengan informasi tentang minimnya iklan ASI eksklusif di lingkungan dinas kesehatan. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi untuk menemukan data secara mendalam tentang latar belakang permasalahan sehingga membentuk pola pikir dan perilaku informan. Penelitian ini dilengkapi dengan data-data pendukung yang bersifat kepustakaan untuk menguatkan data-data yang dihasilkan di lapangan.

Teknik analisis data dilakukan dengan cara memetakan hasil wawancara sesuai dengan latar belakang dan kondisi sosial informan. Dari hasil tersebut diharapkan akan melahirkan konsep perancangan infografis yang sesuai dengan segmentasi, target, dan positioning. Hasil ini akan mendukung efektivitas

infografis sebagai sarana untuk mengomunikasikan pesan kesehatan kepada masyarakat sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesadaran tentang pentingnya gizi pada bayi.



Gambar 4.1 Prosedur Perancangan

BAB V

HASIL YANG DICAPAI

Berdasarkan metode penelitian yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka hasil yang dicapai dalam penelitian ini menghasilkan data-data berupa data observasi dan wawancara mendalam dengan beberapa informan antara lain dari ibu menyusui, bidan, akademisi, dan pakar.

Dari hasil penelitian Achmad Syafiq yang berjudul **ASI Eksklusif dan Persepsi Ketidakcukupan ASI** disebutkan bahwa persentase persepsi ketidakcukupan air susu ibu (PKA) adalah keadaan ibu merasa ASI-nya tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan bayinya ditemukan cukup tinggi. Variabel pengetahuan asupan energi, dan IMD, secara signifikan berhubungan dengan PKA setelah dikontrol variabel status gizi, paritas, rawat gabung, perlekatan menyusui, dukungan keluarga, dan dukungan tenaga kesehatan. Ibu yang pengetahuan ASI-nya kurang berisiko 12 kali lebih besar mengalami PKA dibandingkan dengan ibu yang pengetahuannya baik. Ibu yang asupan energinya kurang berisiko hampir empat kali lebih besar mengalami PKA dibandingkan dengan ibu yang asupan energinya cukup. Sedangkan ibu yang tidak melaksanakan IMD berisiko tiga kali lebih besar mengalami PKA dibandingkan dengan ibu yang melaksanakan IMD. Pengetahuan merupakan faktor yang paling dominan berhubungan dengan PKA.

Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Sandra Fikawati, Ahmad Syafiq yang diterbitkan dalam jurnal Makara Universitas Indonesia. Kajian tersebut menemukan bahwa pemberian ASI eksklusif di Indonesia masih rendah dan

fasilitasi IMD belum optimal. Analisis kebijakan menunjukkan bahwa kebijakan mengenai ASI eksklusif belum lengkap dan belum komprehensif. Juga ditemukan bahwa IMD belum secara eksplisit dimasukkan dalam kebijakan. Analisis kerangka kerja koalisi advokasi mengonfirmasi lemahnya aspek sistem eksternal dan subsistem kebijakan dalam penyusunan kebijakan ASI eksklusif. Peraturan-peraturan yang dibahas dalam analisis ini masih terlepas dari konteksnya baik konteks individu, keluarga, masyarakat, maupun institusi. Dari segi proses, penyusunan kebijakan terlihat kurang transparan, lambat dan kurang partisipatoris. Belum ada pemetaan pemeran (aktor) yang jelas terutama pengaturan kewenangan dan tanggung jawab yang bersifat lintas sektoral dan lintas level. Analisis kerangka kerja koalisi advokasi mengonfirmasi temuan-temuan hasil analisis dengan metode sebelumnya dengan tekanan pada lemahnya aspek sistem eksternal dan subsistem kebijakan dalam.

Penelitian ini mewawancarai sejumlah informan, antara lain Yulia Rachmi, seorang ibu menyusui. Yulia Rachmi tidak mendapatkan informasi yang cukup pada puskesmas atau klinik kesehatan tentang ASI eksklusif saat melahirkan. Selama ini ibu menyusui lebih mendapatkan informasi tersebut melalui internet dan nasehat-nasehat orang tua. Yulia mengaku harus mengkonsumsi jamu tradisional untuk memperlancar ASI-nya. Informasi mengenai perawatan terhadap payudara bahkan belum diketahuinya. Minimnya informasi tentang pentingnya ASI, perawatannya, serta kesehatan ibu menyusui yang terdapat pada puskesmas membuat ibu-ibu menyusui seperti Yulia ini justru

lebih tertarik dengan untuk menggunakan susu formula yang dianggap lebih praktis.

Sedangkan Setyaning Rahayu, seorang bidan, menjelaskan bahwa produsen-produsen susu formula selalu datang ke Puskesmas dan tempat praktiknya. Mereka selalu menawarkan imbalan yang menggiurkan bila bidan mempromosikan pasiennya untuk menggunakan susu tersebut. Mengenai informasi tentang ASI eksklusif, dia menuturkan bahwa poster-poster tersebut sudah lama tidak dikirim oleh dinas kesehatan setempat. Terkait dengan betapa pentingnya ASI eksklusif bagi bayi, Setyaning menjelaskan bahwa ASI dibutuhkan bayi sejak 1 jam kelahiran pertamanya. Hal ini dikarenakan dapat mendorong ikatan antara ibu dan bayi. Di wilayah tempat praktiknya, masyarakat setempat masih menggunakan perawatan atas dasar tradisi orang-orang terdahulunya, yaitu menggunakan jamu, padahal jamu tidak menjamin akan melancarkan dan menyehatkan ASI malah dalam beberapa kasus jamu dapat menghambat ASI yang diproduksi.

Florensa, seorang dosen pendidikan keperawatan dan mahasiswa S3 Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia, mengatakan bahwa sosialisasi ke Puskesmas dan rumah sakit dari tenaga kesehatan sebenarnya pelayanan cukup baik, khususnya di ruang nifas (ruang tempat ibu pasca melahirkan). Selain teori, juga cara menyusui. Selama masa kehamilan, bumil juga sudah diberi pendidikan kesehatan akan pentingnya ASI dan cara perawatan payudara agar secara fisik si ibu siap untuk menyusui.

Menurutnya, jika ada perawat atau dokter (tenaga medis) yang mengatakan bahwa orang yang selesai operasi Caesar akan kesulitan menyusui, hal ini harus diluruskan. Seorang ibu atau ayah mempunyai hak untuk menolak jika diminta tenaga medis untuk mengganti dengan susu formula.

Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Lestari Oktavia, seorang dosen prodi Ilmu Gizi Komunitas, Fakultas Kedokteran Universitas Gunadarma Jakarta. Pesan dari pemerintah sebenarnya jelas. Namun *coverage* ASI eksklusif terus menurun. Di rumah sakit besar, sebenarnya pemberian susu formula harus sepengetahuan orang tua. Usaha pemerintah sebenarnya cukup baik. Namun, sejauh ini belum diketahui sejauh mana distorsi pesan sehingga pesan tersebut tidak sampai secara efektif di masyarakat. Apakah ada di petugas kesehatan atau di orangtua sendiri yang memutuskan untuk tidak memberi ASI Eksklusif. Menurutnya, ASI itu otomatis keluar meskipun dengan operasi *Caesar*.

Jika ada rumah sakit (dokter atau perawat) yang menyuruh pasien untuk mengonsumsi susu formula, maka pasien berhak menolak. Jika dipaksa, pasien berhak menuntut. Karena hal ini akan mengakibatkan si anak tidak menerima colostrum.

Colostrum adalah cairan susu yang dihasilkan oleh seorang ibu ketika melahirkan. Cairan ini bermanfaat untuk meningkatkan antibodi, faktor peningkat kekebalan tubuh, dan sangat penting untuk menjaga kesehatan serta vitalitas. Unsur imunitas yang terkandung di dalam kolostrum dikenal sebagai PRP (Proline Rich Polypeptide) yaitu zat yang mampu membangun kembali jaringan yang sehat, dan aktif untuk meningkatkan kualitas imun.

Colostrum merupakan sebuah jenis cairan yang sangat mudah untuk dicerna oleh bayi karena memberikan beberapa enzim penting. Colostrum selain berfungsi di saat bayi baru lahir, juga memiliki tingkat manfaat hingga ke masa depan(<http://susu-kolostrum.org/colostrum-adalah-mengenal-arti-kolostrum/> diakses 28 November 2016).

Florensa juga mengatakan bahwa dengan isapan bayi kepada puting payudara seorang ibu, maka merangsang kontraksi uterus yang dapat mencegah perdarahan pada ibu pasca melahirkan. Jika ada ibu yang habis operasi Caesar kondisinya lemah, tetap harus dimotivasi untuk bisa menyusui dengan ASI. Ini tugas tenaga medis dan seorang suami. Jika, ASI keluarnya sedikit, itu wajar. Bila dirangsang dengan isapan bayi, akan membantu produksi ASI lebih baik.

Maka tugas pelayanan di tingkat primer (Puskesmas), sosialisasi harus diberikan bukan hanya kepada ibu, tapi *support* sistem juga sangat penting mengetahui manfaat ASI yang besar, baik bagi bayi maupun si ibu sendiri. *Support* juga kepada harus datang dari suami, keluarga, bahkan masyarakat lingkungan sekitar.

Capaian ASI eksklusif di Indonesia belum mencapai angka yang diharapkan yaitu sebesar 80%. Berdasarkan laporan SDKI tahun 2012 pencapaian ASI eksklusif adalah 42%. Sedangkan, berdasarkan laporan dari Dinas Kesehatan provinsi tahun 2013, cakupan pemberian ASI 0-6 bulan hanyalah 54,3% (Pusdatin, 2015). Salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya pemberian ASI Eksklusif di Indonesia adalah pesan yang disampaikan melalui media-media yang menyampaikan pesan tidak sampai secara efektif ke masyarakat. Faktor lain

adalah adanya kerjasama pihak rumah sakit atau tempat-tempat kesehatan yang bekerja sama dengan produsen susu formula sehingga pasien akan lebih memilih menggunakan susu formula.

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pentingnya ASI eksklusif yang memiliki manfaat sangat komplit seperti anti alergi, pembentukan sistem imun, multi vitamin, dan semua yang dibutuhkan. Lestari Oktavia menyarankan bahwa pemberian susu formula mestinya harus diresepkan oleh dokter sehingga jika tidak dapat resep, otomatis pasien wajib memberikan ASI eksklusif. Susu formula tidak boleh sembarangan dijual pada bayi berusia 0-6 bulan harus menggunakan resep. Selama masa kehamilan, ibu hamil seharusnya diberi pendidikan kesehatan akan pentingnya ASI dan cara perawatan payudara agar secara fisik ibu siap untuk menyusui.

Dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan telah didapatkan berbagai informasi mengenai ASI eksklusif yang akan disajikan dalam sebuah infografis. Dari data yang telah diperoleh akan direduksi dan dipilih data mana yang akan disajikan dalam infografis. Dari data tersebut maka informasi mengenai ASI eksklusif yang akan disajikan dalam bentuk infografis adalah **Inisiasi Menyusui Dini (IMD), manfaat ASI Eksklusif, cara merawat payudara pada ibu menyusui, support dari tenaga media dan orang terdekat, serta cara melancarkan ASI.**

Dalam merancang sebuah desain informasi diperlukannya strategi penyusunan Segmentasi, Targeting, dan Positioning agar media dan pesan dapat tersalurkan dengan baik. Berikut adalah strategi STP yang telah dibuat.

Segmentasi dan Targeting:

a. Demografis

SES: B,C,D

Umur: 22-30

Ibu muda, hidup di Indonesia

b. Psikografis

Mereka hidup di wilayah urban dan pada umumnya baru memiliki anak, mereka mempunyai kepedulian terhadap informasi-informasi baru, karenanya mereka menjadi antusias pada perkembangan dunia, melek teknologi. Pada fase ini yang terpenting bagi mereka adalah kebahagiaan keluarga, terutama segala sesuatu yang terbaik buat anaknya bukan yang lain. Kesibukan mereka beraneka ragam sehingga terkadang mereka melupakan hal-hal penting lain karena dianggap sepele.

Tone and Manner

Inspiring, persuasif, faktual

Desire Response

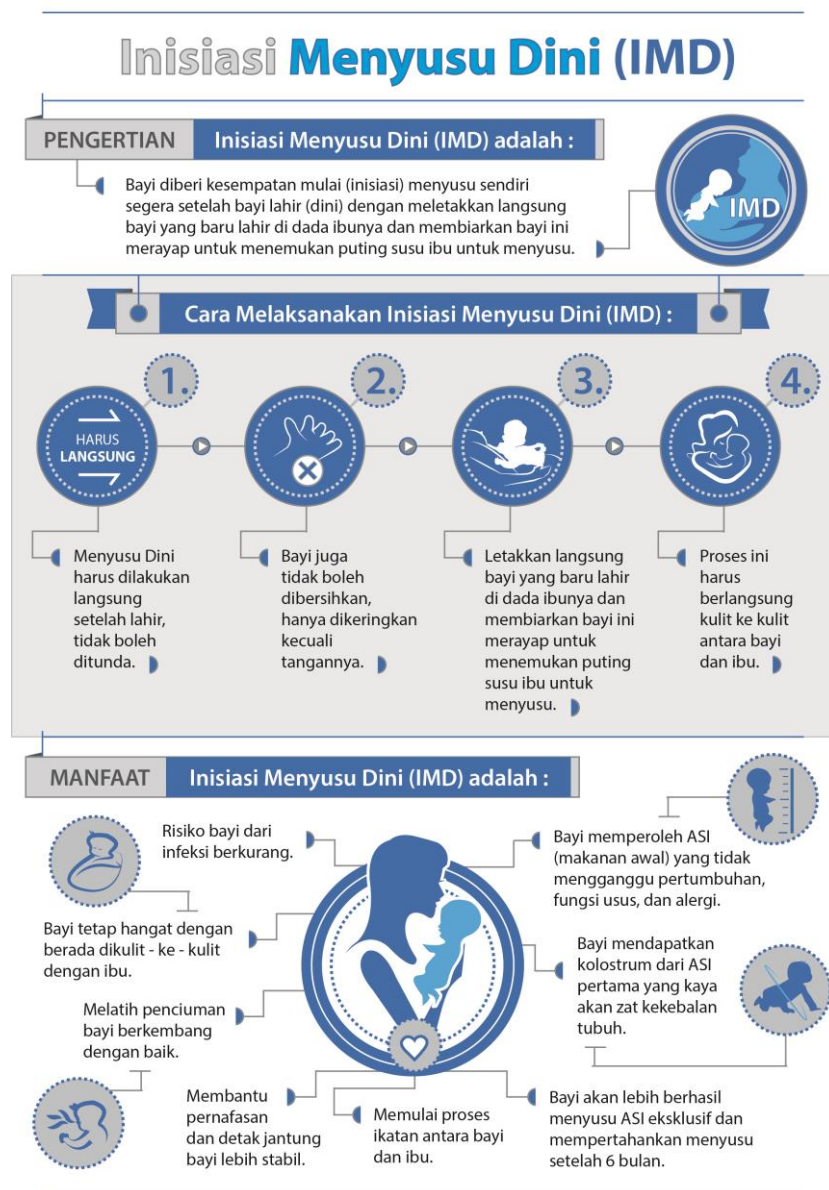
Edukasi mengenai ASI Eksklusif sangat penting, karena akan menentukan gizi bayi dan perkembangan bayi kedepannya.

Perancangan Desain Infografis

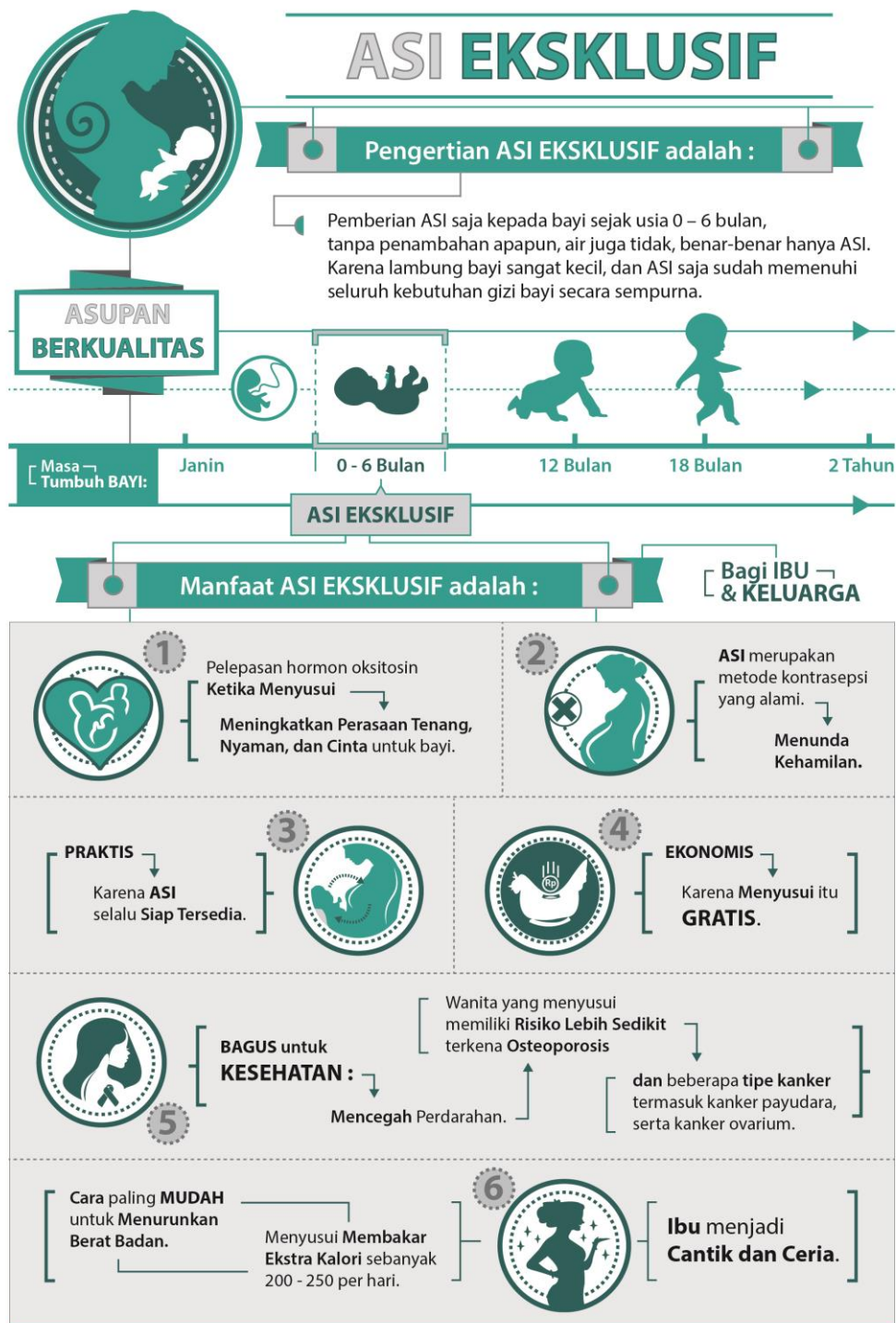
Perancangan desain infografis yang dimulai dari perancangan sketsa, alternatif hingga final desain. Perancangan infografis ini menggunakan gaya

desain flat desain yang memberikan kesan simple sehingga mudah dimengerti oleh target sasaran infografis ini yaitu para ibu muda.

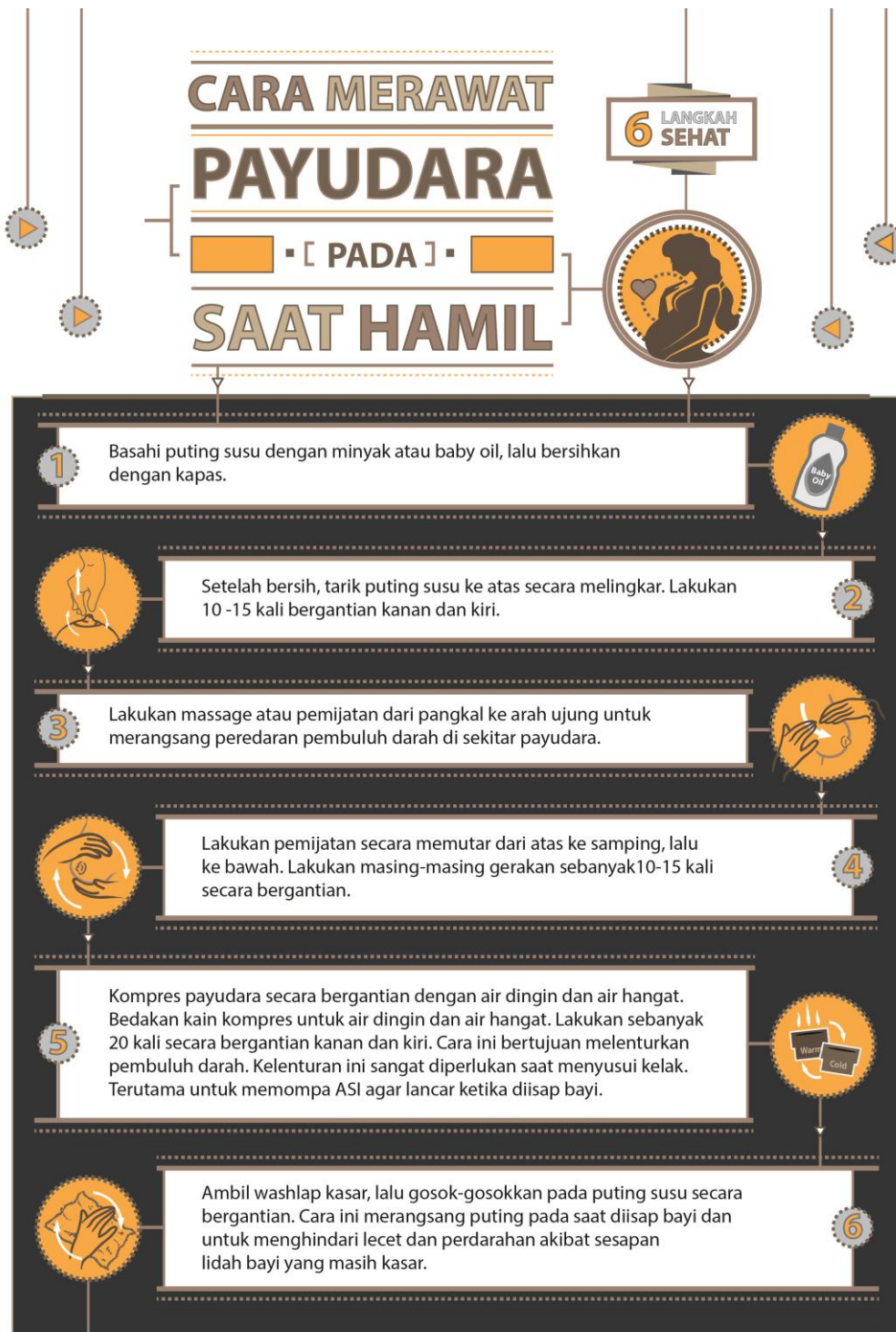
Berdasarkan dari hasil creative brief yang telah disusun maka dihasilkan desain poster untuk **Inisiasi Menyusu Dini (IMD)**, manfaat ASI Eksklusif, cara merawat payudara pada ibu menyusui, serta tips untuk melancarkan ASI.



Gambar 4.1 Desain Poster Inisiasi Menyusu Dini



Gambar 4.2 Desain Poster ASI Eksklusif



Gambar 4.3 Desain Poster Cara Merawat Payudara



Gambar 4.4 Desain Poster Tips Memperlancar ASI

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari data dan hasil yang telah dibahas sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. ASI Eksklusif merupakan asupan makanan utama dan paling penting bagi bayi berusia 0-6 tahun.
2. Tugas pelayanan dimulai dari tingkat primer (Puskesmas), rumah sakit, posyandu, dan tempat-tempat kesehatan. Sosialisasi harus diberikan bukan hanya kepada ibu, tapi *support* sistem juga sangat penting mengetahui manfaat ASI yang besar, baik bagi bayi maupun si ibu sendiri. *Support* juga kepada harus datang dari suami, keluarga, bahkan masyarakat lingkungan sekitarnya.
3. Perancangan desain infografis berdasarkan data informasi mengenai ASI eksklusif yaitu Inisiasi Menyusu Dini (IMD), manfaat ASI Eksklusif, cara merawat payudara pada ibu menyusui, *support* dari tenaga media dan orang terdekat, serta cara melancarkan ASI.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan perancangan desain infografis yang telah dihasilkan oleh peneliti, maka penelitian lanjutan akan sangat terbuka, khususnya dalam memanfaatkan media berbasis audio visual, seperti video iklan layanan masyarakat yang bisa ditempatkan di tempat-tempat publik, puskesmas, rumah sakit, dan media seperti televisi, youtube, dan media sosial lainnya. Hal ini

dilakukan agar keterserapan informasi tentang ASI Eksklusif akan sampai di masyarakat secara efektif hingga tataran masyarakat paling bawah.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamad, Ibnu. (2004). *Konstruksi Realitas Politik dan Otonomi Daerah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hariwibowo, Agung. (2004). *Respon Peternak Domba Terhadap Siaran Pedesaan RRI Programa I Cabang Pratama Bogor-Jawa Barat (Kasus Kelompok Tani "Mina Lestari" di Desa Cinagara, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor, Jawa Barat)*. Bogor: IPB Bogor
- Jason Lankow, dkk. (2014). *Infografis: Kedasyatan Cara Bercerita Visual*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Liliweri, Alo (2009). *Dasar Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Mulyana, Dadan. (2002) *Pengaruh Terpaan Informasi Kesehatan di Televisi Terhadap Sikap Hidup Sehat Keluarga*. Jurnal Komunikasi "Mediator" Bandung: Unisba.
- Siregar, Barita E. (1986). *Peranan Media Massa Dalam Membentuk Tanggapan Generasi Muda Tentang Keluarga Berencana di Kotamadya Bandung*. Bandung: Pasca Sarjana Universitas Padjajaran.
- <http://www.depkes.go.id/resources/download/pusdatin/infodatin/infodatin-asi.pdf>
(diakses 20 Maret 2016)
- <https://www.maxmanroe.com/mengenal-pengertian-infografis-dan-jenisnya.html>
(diakses 20 Maret 2016)
- 1] L. Yuan, "Pengantar desain antarmuka dari fenomena merata," Journal of Nanjing Art Institute (Seni Rupa dan Desain), vol. 13, tidak ada. 6, pp. 213-216 2014.
- [2] P. YAN dan J.-c. WEI, "gaya Skeuomorphic dan gaya datar dalam desain antarmuka digital modern," Packaging Rekayasa, vol. 35, tidak ada. 22, pp. 114-117 2014.
- [3] K. Kauf, "Gestalt psikologi," pp. 46-48, 2010.
- [4] Q. Suiming dan H. Mengnan, "Penerapan datar Style di Interface Design Web," Kemasan Mesin, vol. 36, tidak ada. 6, pp. 41-44, 2015.

- Kramer MS, Tong Guo, Platt RW, Shapiro S, Collet JP, Chalmers B, et al. Breastfeeding and infant growth: Biology or bias? *J. Pediatrics* 2002; 110(2): 343-7.
- Badan Pusat Statistik, BKKBN, Departemen Kesehatan. Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia 2002-2003. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2003.
- Badan Pusat Statistik, BKKBN, Departemen Kesehatan. Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia 2006-2007. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2007.
- Fikawati S, Syafiq A. Praktik pemberian ASI eksklusif, penyebab-penyebab keberhasilan dan kegagalannya. *Jurnal Kesmas Nasional* 2009; 4(3):120-131.
- Fischer F, Miller GJ, Sidney MS. *Handbook of Public Policy Analysis; Theory, Politics, and Methods*. Florida: CRC Press, 2007.
- World Health Organization. *The Optimal Duration of Exclusive Breastfeeding, Report of an Expert Consultation*. Geneva, Switzerland: World Health Organization, 2002.
- Syafiq A, Fikawati S. Mercy Corps Healthy Start Baseline Survey North Jakarta, Indonesia, Final Report. Depok: Center For Health Research University of Indonesia, 2007.
- Edmond KM, Zandoh C, Quigley MA, AmengaEtego S, Owusu-Agyei S, Kirkwood BR. Delayed breastfeeding initiation increases risk of neonatal mortality. *J. Pediatrics* 2006; 117(3): e380-6.
- Rusnita A. Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Pelaksanaan Inisiasi Menyusu Dini di Kamar Bersalin IGN RSUPN Dr. Cipto Mangunkusumo Jakarta November 2008. Skripsi. Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia. Indonesia, 2008.
- Sudjana, Nana dan Ahmad Rivai. 2007. *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Rokhanawati, Ani Yulia. 2008. Peningkatan Keterampilan Menulis Poster dengan Metode Copy the Master pada Siswa Kelas VIIIA MTs Al Hidayah Banjarharjo, Kabupaten Brebes. Skripsi UNNES.

Sadiman, Arief S. (dkk). 2007. Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.